

УДК 65.014.1+339.137.2

УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНОЮ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ЯК ФАКТОР УСПІХУ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Пермінова С.О., Романко Є.В.

Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут»

У статті проаналізовано теоретичне підґрунтя управління міжнародною конкурентоспроможністю. Визначено сутність та поняття міжнародної конкурентоспроможності. Досліджено процес управління та розробки стратегії міжнародної конкурентоспроможності підприємства.

Ключові слова: міжнародна конкурентоспроможність, процес управління, успіх підприємства.

Постановка проблеми. Питання міжнародної конкурентоспроможності є досить актуальним для тих підприємств, сфера комерційної та виробничої діяльності яких розповсюджується на зарубіжні країни. При цьому, ключову роль у забезпеченні конкурентоспроможності продукції та послуг відіграє зовнішньоекономічна діяльність підприємства, роль якої як зовнішнього фактора економічного росту в сучас-

них умовах постійно зростає, посилюється вплив на соціально-економічний розвиток не тільки країни але й кожного господарського суб'єкта.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема конкурентоспроможності підприємства є об'єктом глибокого і всебічного вивчення широкого кола як зарубіжних, так і вітчизняних учених-економістів. Основою досліджень теоретичних аспектів конкурентоспроможності виступають праці

таких видатних представників світової економічної думки, як Е. Альтман, І. Ансофф, Т. Бейтмен, Д. Болл, П. Друкер, Ф. Котлер, Ж-Ж. Ламбен, В. Маккалах, К. Макконнелл, М. Портер, А. Стрікленд, А. Томпсон, С. Шелл та ін.

Важливі аспекти формування та розвитку теоретичної, методичної і практичної бази для управління міжнародною конкурентоспроможністю в умовах становлення ринкових відносин не дістали належного висвітлення. Потребують подальших досліджень питання створення ефективного організаційно-економічного механізму забезпечення стійких конкурентних позицій підприємств, виявлення впливу маркетингової орієнтації на конкурентоспроможність, оцінки конкурентоспроможності підприємств при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності із врахуванням змін у динамічному макроекономічному середовищі та ін.

Постановка завдання. Метою даної статті є виявлення основних напрямів управління міжнародною конкурентоспроможністю задля досягнення підприємством стійких ринкових позицій як на державному, так і на світовому рівнях.

Виклад основного матеріалу дослідження. Конкурентоспроможність розглядається як можливість або здатність підприємства використовувати свої порівняльні переваги у виробництві і реалізації товарів і послуг по відношенню до виробників і постачальників аналогічних товарів і послуг. Можливість підприємства конкурувати на певному товарному ринку залежить насамперед від конкурентоспроможності товару, тобто ефективності використання наявних трудових, матеріальних і фінансових ресурсів.

Конкурентоспроможність товару і конкурентоспроможність підприємства співвідносяться між собою як частина одного цілого, при цьому конкурентоспроможність товару є лише частиною конкурентоспроможності підприємства [1].

Міжнародна конкурентоспроможність підприємства розглядається як здатність підприємства створювати та реалізовувати продукцію, цінові й нецінові якості якої більш привабливі, ніж в аналогічній продукції конкурентів на зовнішньому ринку [2].

Міжнародна конкурентоспроможність підприємства відображає можливість ефективної виробничо-господарської діяльності в умовах глобального конкурентного ринку. Це забезпечується всім комплексом наявних у підприємства ресурсів. Виробництво та реалізація конкурентоспроможних товарів і послуг є узагальнюючим показником життєздатності підприємства, його вміння ефективно використовувати свій фінансовий, виробничий, науково-технологічний та трудовий потенціал [3, с. 112].

Реалії сьогодення свідчать про те, що існує проблема щодо створення та забезпечення подальшого зростання рівня міжнародної конкурентоспроможності підприємств при виході на зарубіжні ринки. Так Україна опустилася з 72-го на 82-е місце в рейтингу конкурентоспроможності, що розраховується Всесвітнім економічним форумом (ВЕФ), йдеться в Глобальному огляді конкурентоспроможності (Global Competitiveness Report) за 2013-2014 рр. [4].

Основними проблемами, які перешкоджають успішній реалізації конкурентних переваг є перш за все технологічна відсталість вітчизняних компаній та наявність несприятливого бізнес-клімату в українській державі. У більшості випадків українська продукція виявляється неконкурентоспроможною внаслідок відсутності відповідних сертифікатів якості або використання таких систем оцінки якості товарів, які не відповідають загальноприйнятим у світі.

На конкурентоспроможність підприємства певною мірою впливає загальноекономічний базис в країні, який визначається динамізмом економіки, гнучкістю фінансової системи, забезпеченістю трудовими ресурсами та ін.

Конкурентна позиція підприємства на ринку визначається рядом факторів (табл.1), що генеруються макрооточенням та безпосереднім оточенням, на які воно може суттєво впливати, або ж тільки проаналізувати, спрогнозувати і врахувати в своїй діяльності.

За останні роки вітчизняні підприємства-експортери наукоємної продукції зіткнулися з проблемою забезпечення її конкурентоспроможності при

Таблиця 1

Фактори впливу на конкурентоспроможність підприємства

Зовнішні фактори			
<i>Макрооточення</i>		<i>Безпосереднє оточення</i>	
Ініціатор фактору	Фактори	Ініціатор фактору	Фактори
Уряд	Дії уряду	Конкуренти	Дії конкурента
Економіка	Тенденції в економіці	Постачальники	Дії постачальника
Суспільство	Тенденції в політиці, інфраструктура, культура	Клієнти	Економічний потенціал клієнтів, їх дії
Керівництво фірми	Тенденції в галузі, форми й методи управління	Ринок робочої сили	Реакція ринку
Природне середовище	Географічне розташування, клімат	Партнери	Дії партнерів
Випадок	Форс-мажорні обставини	Кредитори	Дії кредиторів
Внутрішні фактори			
<i>Ініціатор фактору</i>		<i>Фактори</i>	
Фірма		Якість, ціна, система гарантій, компенсація, пільги	
Маркетингова служба		Реклама, маркетингові стратегії	
Стратегічний потенціал		Стан технічних, технологічних, кадрових, інформаційних, фінансових ресурсів	

Джерело [5, с. 74]

поставках на зовнішні ринки, суть якої полягає в тому, що в якості обов'язкової складової контракту на поставку продукції іноземні замовники висувають вимоги застосування новітніх технологій, інформаційної підтримки виробів у процесі розробки, виробництва та експлуатації, в тому числі [6, с. 47]:

- надання документації в електронному вигляді у відповідності до міжнародних стандартів;
- забезпечення постачальником інтегрованої електронної підтримки процесів експлуатації продукції на основі технологій інформаційної підтримки виробів (система інтегрованої логістичної підтримки);
- надання конструкторської та технологічної документації в електронному вигляді у відповідності до міжнародних стандартів (система управління даними про продукцію в процесі розробки та виробництва);
- наявність комп'ютерних систем управління якістю продукції, які відповідають вимогам міжнародних стандартів менеджменту якості ISO серії 900, які забезпечують отримання та аналіз по всіх деталях, комплектуючим виробу та продукції в цілому на всіх етапах життєвого циклу.

Очевидно, що перед українською системою стандартизації постає завдання адаптації вимог міжнародних стандартів, що в свою чергу дозволить різко скоротити рівень технологічного та організаційного відставання від розвинутих країн в організації продаж, просування техніки та послуг на світовий ринок.

Таким чином, з метою стрімкого прориву та отримання конкурентних переваг підприємства потребують відповідної державної підтримки щодо впровадження сучасних інтегрованих інформаційних технологій, серед яких особливе місце належить CALS – технології (Continuous Acquisition and Life cycle Support) – це технології формування, обміну, управління і застосування електронних даних, що в сукупності підтримують повний життєвий цикл продукції [7].

Ключовим завданням CALS-технології є зниження собівартості, часу і підвищення якості за рахунок інтеграції інформації та автоматизації процесів її обробки, що, в результаті, сприяє загальному підвищенню конкурентоспроможності зразків продукції.

CALS як стратегія управління, методологічно орієнтована на використання найкращих із доступних інформаційних технологій, методів управління і міжнародних стандартів. CALS – це засіб досягнення лідируючих позицій у боротьбі з конкурентами, отримуючи переваги від об'єднання бізнес – процесів та технологій.

У сучасних умовах нестабільного зовнішнього середовища необхідно використовувати більш потужний інструмент, який би мав змогу не тільки перевести підприємство на новий ефективніший рівень управління, але й враховував основні цілі, які стоять перед ним. Однією із ключових умов успішного функціонування підприємства є необхідність використання ефективного механізму управління міжнародною конкурентоспроможністю, що забезпечить розробку та реалізацію концепції його розвитку в умовах глобалізації та зростаючої конкуренції і сприятиме створенню конкурентних переваг у теперішньому та майбутньому бізнес-середовищі [8, с. 70].

Для пошуку шляхів удосконалення міжнародної конкурентоспроможності вітчизняним підприємствам, що функціонують у нестабільних умовах реалізації цілей свого існування й розвитку, доцільно аналізувати визначальні складові (домінанти), що здійснюють вплив на їхню діяльність, а саме [9, с. 237]:

1. Потенціал закордонного ринку. Ця складова насамперед характеризується обсягами можливих продажів підприємствами – експортерами, а також показниками темпу зміни ємності закордонного ринку.

2. Зовнішньоекономічна політика країн-експортерів і країн-імпортерів, що характеризується параметрами експортно-імпортних бар'єрів, законодавчим середовищем, політичними факторами.

3. Продуктивність використання ресурсів, що прямо пов'язано зі зниженням витрат виробництва, з одного боку, і зі збільшенням адаптивних якостей функціонування підприємства, з іншого.

4. Система сканування й моніторингу закордонного ринку, а також прогноз ситуацій, які складаються на зовнішньому ринку.

5. Система синхронізації роботи усіх ланок підприємства по забезпеченню ефективності виконання експортних функцій (ефективна логістична система на підприємстві).

Підвищення конкурентоспроможності являє собою процес змін, і як будь-який процес, особливо той, який викликає певні протидії, він потребує управління і, зокрема, стратегічного підходу. Оскільки зміни стосуються всіх основних організаційних складових, включаючи структуру кадрів, зайнятість, кваліфікацію, технологію, обладнання, продукцію, ринки збуту, то, відповідно, вихідним моментом підвищення конкурентоспроможності виступає розробка стратегії такого підвищення з врахуванням всіх аспектів сприяння та протидії. Далі проводиться робота по роз'ясненню цілей і кінцевих результатів, яка спрямована на подолання опору змінам [10].

Процес підвищення конкурентоспроможності потребує врахування специфіки взаємозв'язку як між елементами організації, так і з їх оточенням, і являє собою процес прийняття рішень (включаючи цілі, методи, плани) по досягненню цілей підвищення конкурентоспроможності. При цьому менеджмент підприємства повинен:

- об'єктивно оцінювати існуюче положення організації;
- визначати концепцію підвищення конкурентоспроможності;
- доводити необхідність змін;
- наочно представляти та пояснювати очікувані результати вдосконалення діяльності.

Основними факторами підвищення міжнародної конкурентоспроможності підприємства з урахуванням особливостей сучасного ринку є:

– впровадження інноваційної політики підприємства, що визначає можливість її конкурувати не тільки на внутрішньому, але й на зовнішніх ринках;

– наявність кваліфікованих трудових ресурсів, що відповідають вимогам міжнародного ринку праці.

Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства представляє собою процес здійснення сукупності систематизованих і

взаємно узгоджених дій щодо визначення довгострокових цілей та напрямів діяльності. Ця система включає організацію високотехнологічного виробництва, стабільного фінансового стану підприємства, підвищення кваліфікації працівників, організацію маркетингу та збуту продукції тощо [11, с. 121].

Процес управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства можна представити у вигляді чотирьох взаємопов'язаних блоків [12, с. 93]:

- визначення основних пріоритетів – постановка цілей підприємства у сфері досягнення відповідного рівня конкурентоспроможності;

- визначення завдань – аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування підприємства;

- розробка стратегії – формування альтернативних пакетів стратегій досягнення очікуваного рівня конкурентоспроможності підприємства;

- реалізація стратегії – вибір оптимального пакету стратегій та розробка стратегічного плану досягнення конкурентоспроможності підприємства.

При розробці стратегії конкурентоспроможності на зовнішньому ринку підприємства проходять наступні етапи управління [13, с. 148]:

- оцінка конкурентоспроможності підприємства, його продукції та основних конкурентів на зовнішньому ринку, що полягає у визначенні основних ключових факторів успіху підприємства, конкурентних переваг, які можуть забезпечити йому успішне функціонування та довгострокове випередження конкурентів;

- реалізація стратегії управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства полягає у прийнятті рішення, якими засобами воно буде досягати поставлених цілей;

- оцінка і контроль реалізації визначеної стратегії управління конкурентоспроможністю підприємства на зовнішньому ринку.

Досягнення високого рівня міжнародної конкурентоспроможності можливе лише за умов застосування ефективного управління, що включає сукупність організаційної структури, процесів, технологій, наявність ресурсів, необхідних для створення і реалізації умов, які сприятимуть створенню конкурентних переваг у теперішньому і майбутньому бізнес-середовищі.

Висновки та пропозиції. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства повинно сприяти покращенню основних характеристик стану підприємства та підвищувати конкурентоздатність його продукції на світовому ринку.

Необхідно підкреслити, що для забезпечення стійких конкурентних позицій на світовому ринку, підприємству, перш за все, необхідно володіти конкурентним перевагами на національному ринку, вправно використовувати всі свої ресурси та можливості. Запорукою успішного функціонування підприємства є формування стратегії його розвитку.

Говорячи про сучасний стан конкурентоспроможності більшості вітчизняних підприємств слід констатувати їх неспроможність успішно конкурувати з іноземними фірмами. Тому необхідно у рамках загально – національної програми сформувати відповідний пакет заходів, спрямований на фінансове, інвестиційно-інноваційне та інтелектуальне забезпечення необхідних змін в економіці. Це сприятиме успішному входженню України в глобальний ринок і досягненню високого рівня міжнародної конкурентоспроможності вітчизняних підприємств.

Список літератури:

1. Конкурентоспроможність підприємства / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://studme.com.ua/10560412/marketing/konkurentosposobnost_predpriyatiya.htm
2. Колесник Ю. В. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rusnauka.com/>
3. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление: учебное пособие / Р. А. Фатхутдинов. – М.: ИНФРА-М. – 2000. – 312 с. – ISBN 5-16-000313-4.
4. Міжнародна конкурентоспроможність вітчизняних підприємств / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://korrespondent.net/>
5. Котельніков Д. І. Управління конкурентоспроможністю: навч. посібник / Д. І. Котельніков, С. М. Задорожна. – К.: Слово. – 2004. – 168 с.
6. Давыдов А. Проблемы применения CALS-технологий для повышения качества и конкурентоспособности наукоемкой продукции / А. Давыдов, В. Барабанов, Е. Судов // ИТПП. – 2001. – № 1. – С. 44-51.
7. Максимова Е. В. Механизм управления конкурентоспособностью крупных и средних промышленных предприятий [Электронный ресурс]: диссертация на соискание ученой степени к.э.н. / Е. В. Максимова // Российская государственная библиотека. – Саратов, 2001. – 269 с. – Режим доступа: <http://www.rsl.ru>
8. Вольнский Г. О. О конкурентных преимуществах в условиях глобализации / Г. О. Вольнский // Экономика Украины. – 2006. – № 12. – С. 68-72.
9. Антонюк Л. Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації / Л. Л. Антонюк / Монографія. – К.: КНЕУ, 2004, – 273 с.
10. Ломія С. Г. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://repository.hneu.edu.ua/>
11. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства (організації): навчальний посібник / ред. І. Ю. Сіваченко. – К.: ЦУЛ, 2003. – 186 с. – ISBN 966-8253-18-3.
12. Там же.
13. Там же.

Перминова С.А., Романко Е.В.

Национальный технический университет Украины
«Киевский политехнический институт»

УПРАВЛЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ КАК ФАКТОР УСПЕХА СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация

В статье проанализированы теоретические основы управления международной конкурентоспособностью. Определена сущность и понятие международной конкурентоспособности. Исследовано процесс управления и разработки стратегии международной конкурентоспособности предприятия.

Ключевые слова: международная конкурентоспособность, процесс управления, успех предприятия.

Perminova S.V., Romanko Y.V.

National Technical University of Ukraine «Kyiv Polytechnic Institute»

MANAGEMENT OF THE INTERNATIONAL COMPETITIVENESS AS A FACTOR IN THE SUCCESS OF THE MODERN ENTERPRISE

Summary

The article analyzes the theoretical background management of international competitiveness. It's defined the essence and the concept of international competitiveness. It's investigated the management and strategy of the international competitiveness of the enterprise.

Keywords: international competitiveness, management process, the success of the company.
